

ANN THUNHURST, *FACHOWA OBSŁUGA GOŚCI. DZIAŁALNOŚĆ BIURA RECEPCJI*, POLSKA AGENCJA PROMOCJI TURYSTYKI, WARSZAWA 1996, ss. 124.

ROY APPS, *FACHOWA OBSŁUGA GOŚCI. JAK ZADOWOLIĆ KLIENTA*, POLSKA AGENCJA PROMOCJI TURYSTYKI, WARSZAWA 1996, ss. 82.

W roku 1996 na polskim rynku wydawniczym ukazały się dwie nowe publikacje z zakresu hotelarstwa. Wydawcą jest Polska Agencja Promocji Turystyki przy współudziale finansowym Komisji Wspólnot Europejskich w ramach programu PHARE – „Rozwój Turystyki w Polsce”. Obie książki mają charakter podręczników i są tłumaczeniami wydawnictw The Macmillan Press Ltd z 1990 i 1992 r. Formuła obu podręczników jest podobna, a wydane są one w ramach serii Mastercraft i noszą wspólny tytuł główny: *Fachowa obsługa gości*.

Pierwsza z nich, autorstwa A. Thunhurst, nosi tytuł *Działalność biura recepcji* i obejmuje podstawowe zagadnienia związane z funkcjonowaniem jednego z najważniejszych elementów obiektu noclegowego, jakim jest recepcja. Podręcznik podzielony jest na osiem tematycznych części, gdzie w sześćdziesięciu rozdziałach omówiono szczegółowo aspekty związane zarówno z rozpoznawaniem i obsługą gości hotelowych, jak i organizacją oraz funkcjonowaniem tej części hotelu. Część pierwsza poświęcona jest odpowiedzi na pytania: Dlaczego goście korzystają z usług hotelowych? Jakie są ich potrzeby? Kim są goście przyjeżdżający do naszego hotelu? Rozdział drugi pozwala zrozumieć, co jest produktem sprzedawanym przez hotel, jakie są jego cechy charakterystyczne, czym różni się od innych produktów, jaka jest rola recepcjonisty w procesie sprzedaży. W kolejnej części omówione zostały szczegółowo wszystkie podstawowe elementy wyposażenia oraz systemy wykorzystywane w pracy biura recepcji, ze szczególnym uwzględnieniem systemów rezerwacji i łączności. Część czwarta poświęcona jest osobie recepcjonisty, jego wyglądowi, zachowaniu, obowiązkowi, współpracy z innymi członkami personelu hotelowego. Następna, obszerna część podręcznika omawia techniczną stronę podstawowych czynności wykonywanych w biurze recepcji – począwszy od dokonywania rezerwacji, a skończywszy na przygotowaniu rozliczenia. Kolejne dwie części zajmują się zagadnieniami prawnymi w funkcjonowaniu obiektów hotelarskich oraz bezpieczeństwem i higieną pracy. W części obejmującej zagadnienia prawne w związku z brakiem w ustawodawstwie polskim odpowiednich zapisów przystających do norm międzynarodowych, zabrakło odwoływania się do przepisów obecnie obowiązujących w Polsce (ustawa o świadczeniu usług turystycznych aktualnie znajduje się w Sejmie). Bezpieczeństwo i higiena pracy potraktowane zostały przez pryzmat potencjalnych zagrożeń, jakie mogą wystąpić w trakcie funkcjonowania obiektu noclegowego. Ostatnia część poświęcona jest informacjom na temat dodatkowych usług świadczonych przez biuro recepcji.

Drugi podręcznik, którego autorem jest R. Apps, nosi tytuł *Jak zadowolić gości* i składa się z ośmiu części podzielonych na czterdzieści rozdziałów. We wstępie przedstawiono podstawowe zagadnienia związane z trudną sztuką gościnności oraz rolą „gospodarza” w reprezentowaniu zakładu hotelarskiego. Niemniej istotne są zagadnienia poruszane w kolejnej części, obejmujące sztukę rozpoznawania gości oraz ich potrzeb. Są to niezbędne umiejętności, które powinien posiadać każdy pracownik hotelu, pensjonatu, schroniska czy innego obiektu noclegowego. Znajomość miejsca pracy oraz jego najbliższej okolicy to kolejna grupa zagadnień poruszanych w podręczniku. Autor zwraca uwagę na to, że bez posiadania podstawowych wiadomości na temat funkcjonowania miejsca pracy, a także okolicy, w której zlokalizowany jest hotel, udzielane informacje mogą być niepełne, co bezpośrednio wpływa na jakość świadczonych usług. Czwarta część poświęcona jest poznaniu samego siebie. Znając własną osobowość, wady i zalety łatwiej jest, wg autora, wypracować odpowiednią sylwetkę czy postawę osoby bezpośrednio obcującej z gośćmi. Jedną z podstawowych cech jakimi powinna charakteryzować się osoba podejmująca gości jest umiejętność porozumiewania się z innymi. Kolejna część poświęcona jest zagadnieniom związanym ze sposobami komunikowania się, w której szczególną uwagę zwrócono na tzw. język ciała i sposoby prowadzenia rozmów. Część szóstą obejmuje zachowania w ramach tzw. pierwszych pięciu minut, zachowań w stosunku do „dziwnych” i niezadowolonych gości. Obsługa gości wiąże się bezpośrednio ze sprzedażą usług. Temat ten podejmowany jest w przedostatnim rozdziale podręcznika. Podsumowaniem publikacji jest krótka refleksja na temat przyszłości sztuki gościnności.

Cennym pomysłem wydawcy jest wprowadzenie na marginesach obu publikacji uwag i wyjaśnień na temat zagadnień, na które należy zwrócić szczególną uwagę, oraz słownictwa specjalistycznego, często nie mającego odpowiedników polskich. Integralną częścią podręcznika są zestawy ćwiczeń, uzupełniające oraz pozwalające zweryfikować wiedzę teoretyczną. Niestety, bez posiadania przez szkoły własnej bazy hotelowej część z nich nie może być wykonywana praktycznie. Szkoda, że w podręcznikach nie znalazły się tzw. „studia przypadków”, pokazujące określone sytuacje czy rozwiązania funkcjonalne i organizacyjne stosowane w hotelarstwie na konkretnych przykładach obiektów polskich czy zagranicznych. Duża część prezentowanych przykładów i rozwiązań, niestety, nie przystaje do realiów polskich, co ogranicza korzystanie z publikacji.

Za mankament można uznać także pojawianie się podobnych treści w różnych częściach opracowań, co utrudnia korzystanie z książek (np. systemy i sposoby rezerwacji).

Pomimo wymienionych uwag oba podręczniki charakteryzują się przejrzystym i logicznym układem treści. Zakres merytoryczny przedstawionych publikacji, po uzupełnieniu o kolejne podręczniki z rozpoczętej serii obejmujących zagadnienia dotyczące funkcjonowania innych części obiektów noclegowych, może być punktem wyjścia do podejmowania dalszych studiów nad zagadnieniami

związanymi np. z zarządzaniem hotelami, pensjonatami, domami wypoczynkowymi itd. Prezentowane publikacje wypełniają częściowo dość dużą lukę w polskiej literaturze fachowej nt. hotelarstwa na poziomie średniej szkoły technicznej. Niezły poziom edytorski (z wyjątkiem fotografii odbiegających swoim poziomem nawet od wydawnictw gazetowych), układ treści, wyraźne zaznaczenie zagadnień najważniejszych, godnych zapamiętania, uwagi wydawcy polskiego, a także dobre językowo tłumaczenie, czynią z przedstawionych publikacji jedno z najbardziej przydatnych źródeł podstawowych wiadomości z zakresu hotelarstwa.

Mgr Bogdan Włodarczyk
Katedra Geografii Miast i Turyzmu
Uniwersytet Łódzki
al. Kościuszki 21
90-418 Łódź

Wpłynęło:
10 marca 1997 r.

J. CHRISTOPHER HOLLOWAY, *PODSTAWY TURYSTYKI*, POLSKA AGENCJA PROMOCJI TURYSTYKI, WARSZAWA, 1996, ss. 69

Prezentowana praca została wydana w ramach programu PHARE „Rozwój Turystyki w Polsce”, przy udziale finansowym Komisji Wspólnot Europejskich. Wykorzystuje ona materiały z publikacji English Tourist Board i World Tourism Organisation i ma charakter podręcznika wprowadzającego w naukę przedmiotu. Opracowanie składa się z 10 rozdziałów o nierównej objętości, od 3 do 8 stron.

Rozdział pierwszy odgrywa rolę wprowadzającą w zagadnienia dotyczące istoty podróżowania i zatytułowany jest „Największy przemysł świata”. Rozwój przemysłu turystycznego autor traktuje jako funkcję czasu wolnego i zasobności społeczeństwa. Dodatkowymi elementami go kształtującymi są relatywnie niższe koszty podróży niż kilkadziesiąt lat temu, niższa cena jednostkowa i lepsza promocja, a także potrzeba zmiany otoczenia, nawyki i chęć podniesienia własnego prestiżu.

Rozdział drugi nosi tytuł „Rodzaje turystów”, co sugeruje, że zostaniemy zapoznani z kryterium podziału i klasyfikacją turystyki. Jednakże autor ogranicza się do wyliczenia cech charakteryzujących turystę i podkreślenia trudności